

PEMBINGKAIAN BERITA PADA ISU PENCALONAN RHOMA IRAMA
PADA PEMILIHAN CAPRES DAN CAWAPRES TAHUN 2014

(Studi Analisis Framing Berita Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan
Capres dan Cawapres 2014 Di Media online Detik.com dan Okezone.com
Periode 12,13,14,15,16,17 dan 18 November 2012)

SKRIPSI



OLEH :

ROSYADI DWI KURNIA

0843010091

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2013

JUDUL SKRIPSI : PEMBINGKAIAN BERITA PADA ISU
PENCALONAN RHOMA IRAMA PADA
PEMILIHAN CAPRES DAN CAWAPRES
TAHUN 2014 (Studi Analisis Framing Isu
Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres
dan Cawapres 2014 Di Media online Detik.com
dan Okezone.com Periode 12,13,14,15,16,17 dan
18 November 2012)

Nama Mahasiswa : ROSYADI DWI KURNIA

NPM : 0843010091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal Skripsi

KETUA PROGRAM STUDI

PEMBIMBING UTAMA

JUWITO, S.Sos, M.Si
NPT : 3.6704.95.0036.1

Dra. Dyva Claretta. Msi
NIP : 3 6601 94 00251

PEMBINGKAIAN BERITA PADA ISU PENCALONAN RHOMA IRAMA PADA
PEMILIHAN CAPRES DAN CAWAPRES TAHUN 2014 (Studi Analisis Framing
Berita Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres dan Cawapres 2014
Di Media online Detik.com dan Okezone.com Periode 12,13,14,15,16,17 dan 18
November 2012)

Oleh:

ROSYADI DWI KURNIA

NPM. 0843010091

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada 14 Nopember 2013

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Dyva Claretta, M.si
NPT. 373059901701

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 367049500361

2. Sekertaris

Dr. Catur Suratnoadji, M.si
NPT. 368049400281

3. Anggota

Dra. Dyva Claretta, M.si
NPT. 373059901701

Mengetahui,

DEKAN

Dra. EC. Hj. Suparwati, M.Si
NIP : 195 5071 8198 3022 001

PEMBINGKAIAN BERITA PADA ISU PENCALONAN RHOMA IRAMA PADA
PEMILIHAN CAPRES DAN CAWAPRES TAHUN 2014

(Studi Analisis Framing Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres
dan Cawapres 2014 Di Media online Detik.com dan Okezone.com
Periode 12,13,14,15,16,17 dan 18 November 2012)

Disusun Oleh :

ROSYADI DWI KURNIA
0843010091

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian / Seminar Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING

Dra Dyva Claretta, Msi
NPT. 373059901701

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi
NIP 195507.1819.8302.2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti tujukan kepada ALLAH SWT. Karena karuniaNya, peneliti bisa melaksanakan dan menyelesaikan penelitian yang berjudul “PEMBINGKAIAN BERITA PADA ISU PENCALONAN RHOMA IRAMA PADA PEMILIHAN CAPRES DAN CAWAPRES TAHUN 2014 (Studi Analisis Framing Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres dan Cawapres 2014 Di Media online Detik.com dan Okezone.com Periode 12,13,14,15,16,17 dan 18 November 2012)”.

Selama melakukan penelitian ini, tak lupa peneliti menyampaikan rasa terima kasih pada pihak-pihak yang telah membantu peneliti selama menyelesaikan skripsi ini.

Adapun peneliti sampaikan rasa terima kasih, kepada:

1. Allah SWT. Karena telah melimpahkan segala karuniaNYA, sehingga peneliti mendapatkan kemudahan selama proses penyusunan laporan.
2. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos, Msi. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Saifuddin Zuhri. Msi. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dra. Dyva Claretta. Msi. sebagai dosen pembimbing.
6. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Serta tak lupa peneliti memberikan rasa terima kasih secara khusus kepada:

- a. Alm. Ayah, Ibu, Kakak yang paling sabar telah memberikan dorongan, semangat, dan pengertiannya bagi peneliti baik secara moril dan materiil.

- b. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu ada Yan ngak-ngek, Bondan, Joker, Endi, Aris dan para Wanita yang selalu memberi dorongan Hebat, serta masih banyak teman-teman yang lain.
- c. Seluruh angkatan 2007 dan 2008 yang selalu memberi insiparasi dalam hidup.
- d. Dan Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-satu oleh peneliti, yang telah membantu penyelesaian penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman-teman di Program Studi Ilmu Komunikasi.

Surabaya,

Peneliti

ABSTRAK

Rosyadi Dwi Kurnia. Pembingkai Berita Pada Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres dan Cawapres Tahun 2014 (Studi Analisis Framing Berita Isu Pencalonan Rhoma Irama Pada Pemilihan Capres dan Cawapres 2014 Di Media On Line Detik.com dan Okezone.com Periode 12,13,14,15,16,17 dan 18 November 2012).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan pemberitaan pada Frame Berita On line Detik.com dan Okezone.com dalam Isu Pencalonan Rhoma Irama pada Capres dan Cawapres 2014.

Landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah jurnalisme online sebagai media massa, Situs dan Berita On line, ideology media, berita sebagai hasil kontruksi realitas, criteria umum nilai berita, analisis framing.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode riset kualitatif, yang menggunakan analisis isi dari Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Populasi dalam penelitian adalah seluruh berita yang telah di Upload dalam situs Detik.com tentang Isu Pencalonan Rhoma Irama pada Capres dan Cawapres 2014 pada tanggal 12 sampai 17 November 2012, dan pada situs Okezone.com pada tanggal 12 sampai 18 November 2012.

Hasil dari penelitian ini adalah pemberitaan Frame di Detik.com adalah “ Rhoma Irama Hanya sebagai Alat pendongkrak Popularitas Partai ”, sedangkan pada Frame di Okezone.com “ Rhoma Irama adalah Kandidat Kuat untuk mengikuti Pencalonan Capres dan Cawapres di tahun 2014 ”.

Kata Kunci : Rhoma Irama, Isu Pencalonan Rhoma Irama pada Capres dan Cawapres 2014, Detik.com, Okezone.com

ABSTRACT

Rosyadi Dwi Kurnia . Framing News At Issue In Election Nominations Rhoma Irama President and Vice President in 2014 (News Framing Analysis Study Issue In Election Nominations Rhoma Irama President and Vice President in 2014 at On Line Media Detik.com and Okezone.com period 12,13,14,15,16,17 and 18 November 2012).

The purpose of this study was to determine differences in reporting on Detik.com Frame Online News and Issues Okezone.com the nomination Rhoma Irama President and Vice President in 2014.

Theoretical basis used in this study is an online journalism as mass media , and News Site Online , the ideology of media , the news as a result of the construction of reality , the general criteria value news , analysis framing .

The method used in this study is a qualitative research method , which uses content analysis of Zhongdang Pan and Gerald M.Kosicki . The population is all the news that has been on the download site on the Issue Detik.com Rhoma Irama Nomination of President and Vice President in 2014 on the 12 to 17 November 2012 , and the site Okezone.com on 12 to 18 November 2012.

The results of this study are in the Frame Detik.com news is " Rhoma Irama Just as booster Popularity Tool Party " , while the Frame in Okezone.com " Rhoma Irama is a Strong Candidate for President and Vice President following nomination in 2014 " .Keywords : Rhoma Irama , Rhoma Irama Candidacy Issues President and Vice President in 2014 , Detik.com , Okezone.com

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Jurnalisme Online Sebagai Media Massa	13
2.1.2 Situs Berita Online	16
2.1.3 Ideologi Media	21
2.1.4 Berita Sebagai Hasil Kontruksi Realitas	23
2.1.5 Kriteria Umum Nilai Berita	24
2.1.6 Analisis Framing	25
2.1.7 Proses Framing Pan dan Kosicki	27
2.1.8 Perangkat Framing Pan dan Kosicki	28

2.2	Kerangka Berpikir	39
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Metode Penelitian	42
3.2	Definisi Operasional	43
3.2.1	pemberitaan Isu Pencalonan Rhoma Irama pada Pilpres dan Cawapres tahun 2014	43
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	44
3.4	Unit Analisis	44
3.5	Populasi	45
3.6	Korpus	45
3.7	Teknik Pengumpulan Data	46
3.8	Teknik Analisis Data	47
3.9	Langkah – langkah Analisis Framing Pan dan Kosicki	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambar Umum dan Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Okezone.com	49
4.1.2	Sejarah Detik.com	51
4.2	Frame Detik.com	52
4.2.1	Frame Detik.com Tanggal 12 November 2012	55
4.2.2	Frame Detik.com Tanggal 13 November 2012	57

4.2.3	Frame Detik.com Tanggal 15 November 2012	59
4.2.4	Frame Detik.com Tanggal 16 November 2012	62
4.3	Frame Okezone.com	65
4.3.1	Frame Okezone.com Tanggal 12 November 2012 ...	65
4.3.2	Frame Okezone.com Tanggal 13 November 2012 ...	69
4.3.3	Frame Okezone.com Tanggal 14 November 2012 ...	71
4.3.4	Frame Okezone.com Tanggal 17 November 2012 ..	75
4.3.5	Frame Okezone.com Tanggal 18 November 2012 ..	77
4.4	Perbandingan Detik.com dan Okezone.com dalam Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	79
BAB V KESIMPULAN		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
Daftar Pustaka		85
Lampiran		76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Framing Pan dan Kosicki	29
Gambar 2 : Perangkat Struktur model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehadiran media massa di tengah masyarakat merupakan salah satu sarana dalam memenuhi kebutuhan akan informasi. Masing – masing media mempunyai kebijakan sendiri dalam menyusun isinya, karena masing – masing media tidak hanya melayani masyarakat yang beragam tetapi juga menyangkut individu atau kelompok sosial.

Media massa merujuk kepada keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan – Koran, majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan – pesan ke jutaan orang nyaris serentak, sebagai pranata sosial, keberadaanya tidak hanya membuahkan manfaat, namun juga masalah : control, pembatasan pemerintah, sarana penunjang ekonomi dan seterusnya.

Media online pun mempunyai fungsi dan tanggung jawab yang sama dengan media lainnya. Jurnalistik online adalah tipe baru jurnalistik karena sejumlah fitur dan karakteristik berbeda dari jurnalisme tradisional. Fitur – fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita. Dalam buku *Journalism and New Media* karangan J. Pavlik menyebut tipe baru jurnalisme ini sebagai “contextualized journalism”, karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik : kemampuan – kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas – kualitas interaksi komunikasi online dan fitur – fitur yang ditatanya (Santana,

2005 : 137). Jurnalistik online didefinisikan sebagai suatu proses pelaporan fakta yang diproduksi dan didistribusikan melalui saluran internet. Pada dasarnya jurnalistik konvensional dan jurnalistik online tidak berbeda jauh, yang membedakan hanya medium penyebarluasannya saja. Dari segi sifat, keduanya sama-sama dituntut untuk menyajikan berita paling up to date secepat mungkin dan se actual mungkin. Karena dalam media online ketepatan dan kecepatan dalam penyebaran dan pengeluaran berita merupakan kewajiban yang harus dilakukan dari setiap media online sehingga masyarakat akan percaya dan beranggapan bahwa media tersebut menjadi dan menampilkan berita yang hangat yang sedang terjadi, jadi intinya setiap ada informasi atau peristiwa terbaru, mereka langsung melaporkannya. Perbedaan yang paling jelas terletak pada media dan mekanisme efisiensi pencarian, pengolahan dan penyebaran beritanya. Jurnalistik online merupakan jurnalistik yang menganut proses pencarian, pengolahan dan penyebarluasan informasi melalui fasilitas dalam internet. Akan tetapi dalam jurnalistik online tidak terpacu pada kaidah bahasa yang digunakan dalam jurnalistik secara umum. Karakteristik jurnalistik online yang paling terasa meskipun belum tentu disadari adalah kemudahan bagi penerbit maupun masyarakat untuk membuat pralihan waktu penerbitan dan pengaksesan. Penerbit online bisa menerbitkan maupun mengarsip artikel – artikel untuk dapat dilihat saat ini maupun nanti. Ini sebenarnya dapat dilakukan oleh jurnalistik konvensional, namun jurnalistik online dimungkinkan untuk melakukannya lebih mudah dan cepat karena informasi yang disebarluaskan bisa lebih cepat daripada jurnalistik konvensional.

Ketika produk media massa sampai kepada masyarakat sesungguhnya merupakan hasil “ rekontruksi realita”. Bahwa peristiwa yang disaksikan atau dialami oleh reporter dan juru kamera diproses melalui editing dan re-editing penyuntingan ulang, baik oleh repoter dan juru kamera maupun oleh editor dan redaktur maupun pemimpin redaksi. Suatu proses yang cukup kompleks meskipun berlangsung cepat. Ini yang disebut sebagai rekontruksi atas realita (Pareno, 2005 : 4).

Tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita, Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk dimuat, disiarkan atau ditanayangkan di media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita atau member banyak manfaat kepada public yang patut mendapat perhatian media. Jadi secara garis besar media telah menjadikan dunia ini sebagai “ global village “ , media atau institusi berita menyajikan peristiwa – peristiwa atau berita dari mana pun dan dari bagian dunia manapun dalam media online tersebut jadi seakan – akan dunia ini kecil seperti sebuah desa. Pandangan dunia, adalah bingkai (framing) yang dibuat untuk gambaran tentang dunia. Berbagai peristiwa di dunia diberi makna dalam bingkai tersebut. Tanpa bingkai tersebut, kejadian – kejadian akan tampak kacau balau dan membingungkan. Bingkai adalah “ scenario “ yang ditulis wartawan untuk meletakkan setiap peristiwa dalam suatu alur yang runtut. Namun scenario yang dibuat oleh wartawan pun sarat dengan kepentingan pribadi, dan kepentingan – kepentingan tersebut mempengaruhi bagaimana mereka memandang dunia.

Untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna biasanya sebuah media melakukan penonjolan – penonjolan terhadap suatu berita. Dalam mengambil keputusan mengenai isi mana yang akan ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideology pada wartawan yang terlibat dalam proses produksi dalam sebuah berita. (sobur, 2001 : 163)

Ketika kebebasan pers marak belakangan ini sejak era informasi, banyak media cetak lebih mengutamakan berita yang cenderung berbau sensasional. Masalah obyektifitas pemberitaan pun menjadi perdebatan klasik dalam studi media. Jurnalistik obyektif adalah mustahil. Semua karya jurnalistik pada dasarnya subyektif, mulai dari pencarian berita, peliputan, penulisan sampai penyuntingan berita. Nilai – nilai subyektif wartawan ikut mempengaruhi proses kerja jurnalistik.

Media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan kepentingan, konflik dan fakta yang kompleks dan beragam jadi media adalah sebuah pandangan dimana ideology dipresentasikan. Ini berarti satu sisi media dapat menjadi sarana penyebaran ideology penguasa, alat legitimasi dan control atas wacana public. Namun disisi lain, media juga dapat menjadi alat ukur dalam membangun kultur dan ideology tandingan. Hal ini berkaitan dengan cara pandang atau perspektif yang digunakan oleh masing – masing pihak.

Masing – masing institusi media tentunya memiliki ideology serta visi dan misi tersendiri. Ideologi tersebut akan mempengaruhi kebijakan redaksional media. Seorang wartawan yang bekerja di suatu media dengan kebijakan

redaksional tentunya akan mencai, meliput, menulis dan melaporkan peristiwa atas realitas berdasarkan kebijakan redaksional media. Kebijakan redaksional tersebut cara dia menuliskan berita, akan mencerminkan ideology institusi media dimana dia bernaung. Sikap atau tendensi sang wartawan dalam meliput atau melaporkan sebuah berita akan sekaligus menunjukkan sikap dan tendensi institusi media tempat mereka bernaung, seperti halnya parameter yaitu seorang wartawan dalam peliputan ada hal hal lain yang harus dihindari dan bahkan harus diketahui, semua itu tidak jauh beda dari media yang diikuti. Sebagai contoh ada sebuah berita yang menggambarkan kecelakaan di jalan tol, pada sebuah media ada yang diharuskan untuk meliput serta menulis bahwa kecelakaan di jalan tol tersebut adalah pengaruh hal gaib. Tetapi semua itu tergantung dari gender dari media tersebut.

Perpektif media juga menentukan fakta yang dipilih dan ditonjolkan. Penonjolan merupakan proses membuat informasi jadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol memiliki potensional untuk dipertahankan dalam mempengaruhi pembaca dalam memahami realitas.

Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai peluang besar untuk diperhatikan dan mempunyai khalayak dalam memahami realitas karena itu dalam prakteknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mngabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana. (Sobur,2001 : 164)

Media online Detik.com dan Okezone.com merupakan salah satu media massa online yang up to date tiap jamnya. Detik.com ialah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detik.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia, Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news) dengan readership lebih dari 100 juta orang per bulannya. Sedangkan Okezone.com mencapai kurang dari 100 juta per bulannya, dan juga menjadi peringkat 28 tertinggi lembaga survey alexa.com untuk seluruh content di Indonesia dan 876 web terpopuler di dunia. (www.wikipedia.com), Dan salah satu alasan kenapa peneliti memilih dan memakai media Detik.com dan Okezone.com karena ke dua media ini adalah media situs berita yang besar dan memiliki readership yang tinggi angkanya, dengan tingginya readership secara otomatis peminat situs berita tersebut paling ramai dilihat, dikunjungi oleh masyarakat dan dipercaya masyarakat bahwa kedua media ini melaporkan berita sesuai dengan fakta.

Media bukanlah saluran yang bebas. Media juga berlaku sebagai subyek yang mengkontruksi relitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Tentu saja penonjolan aspek – aspek tertentu dari peristiwa yang sama akan berbeda pula. Pembahasan framing pada media yang berbeda kali ini peniliti mengkontruksi tentang perbedaan berita dari media online Detik.com dan Okezone.com tentang mengkontruksi fenomena yang muncul pada pemberitaan isu Pencalonan Rhoma Irama dalam pemilihan Presiden tahun 2014, yang berdasarkan bahwa Rhoma Irama basic nya adalah sebagai Seniman Musik Dangdut dan Artis yang menyebabkan banyaknya penilaian Pro dan Kontra pada

Masyarakat, isu pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Calon Presiden tahun 2014 kian gencar diberitakan oleh media massa termasuk didalamnya Detik.com dan Okezone.com bermula pada bulan Oktober, Detik.com dan Okezone.com melihat dan memahami peristiwa tersebut dengan cara berbeda.

Terkait pemberitaan dan informasi atau refrensi dari media online tentang Pencalonan Rhoma Irama sebagai Presiden tahun 2014 banyaknya penilaian pencalonan Rhoma Irama sebagai pencitraan dan mendongkrak popularitas untuk Partai yang mengusungnya sebagai kandidat Presiden tidak ada kaitannya konser yang membludak dengan tingkat elektabilitas, menurut Analis politik Charta Politika, Arya Fernandes. Sementara itu pihak DPP Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Arwani Thomafi, menuturkan sebagian besar pengurus mendukung penuh atas pencalonan Rhoma Irama sebagai capres dan cawapres. Seperti yang diketahui bahwa Rhoma Irama dikenal sebagai Artis Raja musik Dangdut mempunyai penggemar dari kalangan bawah sampai kalangan atas dinilai memiliki popularitas sehingga mampu menarik perhatian untuk menuai suara yang cukup dalam mencalonkan diri sebagai capres dan cawapres.

Framing dari media satu dan lainnya jelas berbeda disesuaikan dengan ideologi wartawan dalam menulis dan mengemas berita, dan frame dari Detik.com lebih bersifat kontra terhadap pemberitaan isu pencalonan Rhoma Irama pada Pilpres 2014, seperti berita pada tanggal 12 November 2012, Detik.com memberi judul “ Hendak Bermodal Dukungan Habib Rhoma Hendak Nyapres, Realitiskah? ”, pemberitaan tersebut berisi bahwa di dalam dunia politik harus realistis, ada indikator yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum melangkah,

Rhoma juga harus memperhitungkan berapa banyak jumlah Habib di Indonesia ini, prosentasenya sangat kecil dibandingkan masyarakat Indonesia kata Gun – gun. (Sumber : Detik.com 12-11-2012 06:09 WIB).

Kemudian pada tanggal 15 November 2012 muncul lagi pemberitaan tentang Pencalonan Rhoma sebagai Capres dengan judul “ Rhoma Irama Belum Cukup Modal Nyapres ”, Pemberitaan tersebut berisi bahwa tidak adanya kaitanya konser yang membludak dengan tingkat eletabilitas pencalonan Presiden, karena itu bukan jadi alat ukur untuk mengetahui dukungan yang lebih banyak (Sumber : Detik.com 15-11-2012 07:48 WIB).

Sedangkan pada pemberitaan Okezone.com lebih bersifat Pro pada pemberitaan isu pencalonan Rhoma Irama di Pilpres 2014, hal ini terlihat dari berita yang disajikan pada tanggal 12 November 2012 dengan judul “ Pendukung Rhoma Irama Mengakar di PPP ”, Pemberitaan tersebut berisi bahwa adanya sambutan besar untuk Rhoma dalam pencalonan nanti, khususnya basis Partai PPP yang sebagian besar merasa senang kalau Rhoma di gadang – gadang akan menjadi wakil dari Partai PPP untuk Pencalonan Presiden 2014. (Sumber Okezone.com 12-11-2012 12:44 WIB)

Kemudian dilanjutkan pada tanggal 14 November 2012 dengan berita yang berjudul “ Bosan Dengan Figur Lama, Rhoma Bisa Jadi Pilihan ”, Pemberitaan tersebut berisi bahwa Pengamat Politik Bachtiar Aly menilai pedangdut Rhoma Irama berpotensi menjadi pilihan untuk menandingi sejumlah tokoh nasional pada Pilpres 2014. Itu bukan tak mungkin, mengingat masyarakat

bosan melihat sosok calon presiden yang itu-itu saja, Seperti diketahui, Rhoma Irama kembali menjadi sorotan setelah menyatakan diri siap menjadi calon presiden di Pilpres 2014. Partai yang menaungi Rhoma Irama, PPP, merespon dengan menyatakan tidak menutup kemungkinan bakal mengusung raja dangdut itu. Namun, Bachtar juga curiga mencuatnya Rhoma Irama sebagai capres hanya akal-akalan Partai Persatuan pembangunan (PPP) untuk menaikkan citra mereka yang oleh lembaga survei dinilai jeblok. (Sumber : Okezone.com 14-11-2012 07:55 WIB)

Kedua situs berita ini memiliki cara pandang yang berbeda dalam menyeleksi suatu isu dan menulis berita – berita mengenai isu pencalonan Rhoma Irama pada Pilpres 2014, hal ini dikarenakan cara pandang wartawan masing – masing situs dan perbedaan sumber yang diliput oleh wartawan tersebut baik Detik.com dan Okezone.com Dalam mempersepsikan berita tersebut dan kemudian membingkainya kedalam bentuk susunan berita, Selain itu perbedaan dari cara pandang kedua situs tersebut dalam mengemas berita dapat disebabkan karena perbedaan kebijakan redaksi dalam memilih sumber dari kasus tersebut dan perbedaan visi dan misi dari masing – masing media.

Untuk melihat perbedaan kedua media antara Detik.com dan Okezone.com dalam mengungkap suatu peristiwa atau realitas peneliti memilih analisis Framing sebagai metode penelitian. Alasannya adalah analisis framing merupakan metode analisis isi media yang tergolong baru. Analisis ini mencermati strategi seleksi, Sumber dan pihak keterkaitan dalam kasus, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, menarik,

berarti atau mudah diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Dengan kata lain framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya yang menentukan fakta apa yang diambil. Bagaimana yang ditonjolkan dan yang akan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut. (Nugroho, Eriyanto, Surdians dalam Sobur, 2002 : 16).

Analisis framing merupakan salah satu model analisis alternatif yang bisa mengungkapkan suatu fenomena di balik perbedaan, bahkan pertentangan media dalam mengungkap sebuah fakta. Analisis framing membongkar bagaimana realitas dibingkai oleh media, Akan dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, mana lawan dan kawan, Siapa yang diuntungkan dan siapa yang dirugikan dan seterusnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu model framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Pembingkai didefinisikan sebagai proses membuat pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut dan menurut Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki ada dua konsepsi dari pembingkai yang saling berkaitan yaitu, pertama dalam konsepsi Psikologi. Pembingkai dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi pada dirinya sendiri. Pembingkai berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, Bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Pembingkai di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam

suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen – elemen yang diseleksi dari suatu isu / peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan tentang realitas, Dan yang kedua adalah konsepsi sosiologis. Kalau pandangan psikologis lebih melihat pada proses pencernaan dan pemaknaan suatu isu dalam diri individu / internal, dalam konsep sosiologis bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu, maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Jadi secara garis besarnya bagaimana khayalak atau masyarakat dalam menyikapi dan memaknai permasalahan isu pencalonan Rhoma Irama pada Pilpres 2014 dalam ruang pikiran mereka melalui ragam pemberitaan di media dan menyimpulkan bagaimana dan kenapa dan apa yang terjadi dengan isu pencalonan Rhoma Irama pada Pilpres 2014 tersebut dan atas dasar apa menyimpulkan sisi negative dan positif tentang Pencalonan Rhoma Irama dan pemberitaan yang tampil di media.

1.2 Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan dan uraikan di atas, maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut “ Bagaimana Pembingkai Berita Isu Pencalonan Rhoma Irama di Pilpres 2014 dalam situs berita online Detik.com dan Okezone.com ”.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pembingkai berita tentang Isu Pencalonan Rhoma Irama di Pilpres 2014 dalam situs berita online Detik.com dan Okezone.com

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi tentang pembingkai berita dengan mengaplikasikan teori – teori khususnya teori komunikasi tentang pemahaman pesan yang dikemas oleh media melalui analisis framing, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pemikiran untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Memberikan wawasan / cara pandang khalayak media dalam melihat media mengkontruksi realitas senagai sebuah berita sehingga khalayak lebih kreati an kritis dalam menghadapi ini sebuah berita.